



Centro Universitário de Brasília – UnICEUB  
Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais  
Aplicadas – FATECS

**ISADORA VIANA VALLE DE OLIVEIRA**

**GAME OF THRONES E A NARRATIVA TELEVISIVA: *Quality TV* e Cultura de  
Série**

**Brasília  
2015**

**ISADORA VIANA VALLE DE OLIVEIRA**

**GAME OF THRONES E A NARRATIVA TELEVISIVA: *Quality TV* e Cultura de  
Série**

Monografia apresentada para a  
aprovação no curso de Comunicação  
Social, na habilitação Publicidade e  
Propaganda, do Centro Universitário de  
Brasília – UniCEUB.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Carolina Assunção

**Brasília  
2015**

**ISADORA VIANA VALLE DE OLIVEIRA**

**GAME OF THRONES E A NARRATIVA TELEVISIVA: *Quality TV* e Cultura de  
Série**

Monografia apresentada para a  
aprovação no curso de Comunicação  
Social, na habilitação Publicidade e  
Propaganda, do Centro Universitário de  
Brasília – UniCEUB.

**Brasília, 24 de Junho de 2015**

**Banca Examinadora**

---

Prof.<sup>a</sup> Carolina Assunção  
Orientadora

---

Prof. Roberto Lemos  
Examinador

---

Prof.<sup>a</sup> Úrsula Diesel  
Examinadora

## **AGRADECIMENTOS**

Inicialmente, gostaria de agradecer ao meu pai, Carlos, por ter insistido para que eu entrasse no mundo da literatura aos seis anos de idade. Assim, apaixonei-me por universos criados pelos meus autores favoritos. Nunca vou esquecer a emoção que era escutar a história do bruxo mais famoso de todos os tempos no seu colo, pai.

Mãe, obrigada por ser minha força eterna. Obrigada pela paciência de todo dia ter que escutar minhas reclamações da faculdade, dos professores, dos trabalhos e principalmente do meu TCC. Sei que foram insuportáveis os meus intermináveis pedidos para vocês ficarem em silêncio perto do meu quarto.

Obrigada, principalmente, por sempre terem entendido essa minha fascinação pelas narrativas de fantasia e por nunca terem brigado comigo quando eu me isolava de todos para ler mil páginas de Game of Thrones.

Às minha eternas companheiras de faculdade, Ali (Doida) e Mah, obrigada por me acompanharem nessa jornada, mais difícil que a viagem do Tyrion para Volantis. Obrigada por sempre estarem presentes nas minhas crises de desespero, sempre aceitarem minhas ideias malucas e, acima de tudo, por serem essas pessoas maravilhosas.

Aos professores Úrsula e Roberto, obrigada por desde o início acreditarem muito mais em mim do que eu mesma consigo acreditar. Obrigada por me darem forças para eu seguir com a certeza de fazer um estudo sobre essa série maravilhosa.

A minha orientadora, Carolina, agradeço por aceitar me orientar nessa jornada e por ser essa referência que eu passei a ter. Obrigada por desde a primeira conversa se empolgar com o meu tema quase tanto quanto eu. Sem você eu não teria conseguido.

Rafa, obrigada pelo apoio e pela paciência com minhas loucuras. Obrigada também por sempre estar disposto a conversar comigo sobre as minhas teorias malucas e por achar sensacional o tema que eu escolhi para a minha monografia.

Finalmente, obrigada, Lu, por ser minha companheira de Game of Thrones, nossos domingos e conversas sobre a série foram de extrema importância para a realização deste trabalho.

*“When you play the Game of Thrones, you  
win or you die.”*

*(Cersei Lannister)*

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal a análise do seriado televisivo *Game of Thrones* (GOT) e a sua associação com os conceitos de *Quality TV*, a partir das reflexões de Knox (2008) e Thompson (2006), e de cultura de série. Sob a perspectiva proposta, GOT possui características que permitem considerá-la uma obra pertencente a esse novo gênero: a complexidade da narrativa e a forma com que os personagens são retratados são os pontos-chaves para entender essa dinâmica. Jenkins (2009) afirma que estamos vivendo na era da Cultura da Convergência. Os três conceitos levantados pelo autor, inteligência coletiva, cultura participativa e convergência dos meios, e as características do seriado explicam como é gerada a Cultura de Série.

**Palavras-chave:** *Game of Thrones*. TV. Seriado. *Quality*. HBO. Convergência. Cultura.

## **ABSTRACT**

The main goal of this work is to analyze the television series Game of Thrones (GOT) and its associations with the concepts of Quality TV, from Knox's reflections (2008) and Thompson's (2006), and the Culture of Series. Beneath the proposed approach, GOT has features that allow considering it one piece belonging to this new genre: the complexity of the narrative and the way the characters are portrayed are the key points to understand this dynamic. Jenkins (2009) states that we are living in the era of Convergence Culture. The three concepts raised by the author, collective intelligence, participatory culture and media convergence, and the show's characteristics explain how the culture of series is generated.

**Key-words:** Game of Thrones. Television. Series. Quality. HBO. Convergence. Culture.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Brasões das nove principais casas e seus lemas.....	15
Figura 2 - White Walker, caminhante branco que vive além da muralha.....	17
Figura 3 - Cena do casamento vermelho, em que Robb Stark é morto.....	19
Figura 4 - Tyrion, Jamie e Cersei Lannister.....	37
Figura 5 - A batalha de Blackwater.....	40

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	11
1 GAME OF THRONES .....	13
1.1 História e Números.....	13
1.2 Narrativa e Produção.....	16
2 QUALITY TV .....	21
2.1 <i>Quality TV</i> , o que caracteriza esse gênero? .....	21
2.2 A influência da HBO sobre gênero <i>Quality TV</i> .....	23
3 CULTURA DE SÉRIE.....	27
3.1 Cultura da convergência.....	27
3.2 Novas e transformadas formas de consumo.....	29
4 METODOLOGIA.....	34
5 ANÁLISE .....	36
5.1 Game of Thrones e sua relação com o <i>Quality TV</i> .....	36
5.2 Cultura de série e Game of Thrones .....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	46
REFERÊNCIAS .....	48

## INTRODUÇÃO

A cada dia que passa, o advento da TV por assinatura e de serviços de *streaming*, como o Netflix, torna-se mais presente na vida das famílias. Segundo dados oficiais da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel)<sup>1</sup>, o número total de assinantes no Brasil é de pouco mais de dezesseis milhões. Nos Estados Unidos da América (EUA), em torno de 43% dos domicílios possuem serviço de TV por assinatura, o que representa 56 milhões de assinantes<sup>2</sup>.

O Netflix consiste em um serviço em que produções audiovisuais, como séries e filmes, ficam disponíveis em diferentes plataformas, como um grande catálogo. Assim, o interessado paga uma quantia fixa mensal e tem acesso a todo o conteúdo disponível. Esse serviço é um dos que mais cresce atualmente, com uma média de quase 32 milhões de assinantes<sup>3</sup>.

O cenário atual, portanto, é o de ampliação das formas de produção e consumo de conteúdo audiovisual. As emissoras e produtoras estão procurando buscar novas formas de fidelizar seu público, sendo a produção original de alta qualidade a que parece estar gerando um maior resultado.

Dentro do contexto levantado, a Home Box Office (HBO), canal de televisão por assinatura, foi a precursora em oferecer aos espectadores conteúdos inéditos. Séries como *The Sopranos* e *Sex and The City* foram responsáveis por trazer a liberdade no tratamento de temas como violência, sexo e a força da mulher na sociedade atual sem tabus.

---

<sup>1</sup> Dados de assinantes de TV por assinatura. Disponível em: <[http://sistemas.anatel.gov.br/satva/hotsites/conheca\\_brasil\\_satva/default.asp](http://sistemas.anatel.gov.br/satva/hotsites/conheca_brasil_satva/default.asp)>. Acesso em: 10 maio 2015.

<sup>2</sup> Dados de assinantes de TV a cabo dentro dos EUA. Disponível em: <<https://www.neta.com/industry-data>>. Acesso em: 10 maio 2015.

<sup>3</sup> Dados sobre o Netflix. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/01/1220698-pirataria-de-filmes-e-termometro-para-formar-catalogo-diz-executivo-chefe-do-netflix.shtml>>. Acesso: 2 jun. 2015.

Hoje, segundo dados levantados pelo IBOPE, a série de maior sucesso da HBO é *Game of Thrones*, chegando a ter uma média de audiência por episódio de 0,94 pontos<sup>4</sup>.

Com essa transformação na forma de se fazer e de assistir à televisão, este trabalho tem como objetivo relacionar a obra criada por George R.R Martin, David Benioff e D.Weiss, *Game of Thrones* (2011-), com os conceitos de *Quality TV* e Cultura de Série.

No primeiro capítulo, serão abordadas as características da história da produção televisiva, juntamente com os números gerados a partir de sua audiência e o funcionamento da narrativa.

Logo em seguida, o trabalho levanta um conceito relativamente novo: o gênero *Quality TV* e as características que permeiam as obras pertencentes a essa qualificação.

No segundo capítulo, também será trabalhada a importância das produções da HBO para a criação e para o estudo desse novo gênero, e o quanto a emissora conseguiu romper com padrões estipulados pelas grandes redes de TV americana.

A última parte teórica é dedicada a explicar a teoria de Henry Jenkins (2009), a qual acredita que a sociedade esteja vivendo uma Cultura da Convergência, “[...] onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29), além de explicar como os três principais conceitos levantados pelo autor se relacionam intimamente com a Cultura de Série.

Com isso, a análise levanta as características que fazem com que a série *Game of Thrones* possa ser considerada uma produção pertencente ao gênero de *Quality TV* e, ainda, reconhece o fato do produto estar inserido na cultura da convergência, relacionando-se, dessa forma, com a chamada Cultura de Série.

---

<sup>4</sup> Fonte: IBOPE MW – PNT Completo – Dados de domicílios com Pay TV (2015).

## 1 GAME OF THRONES

### 1.1 História e Números

O cineasta Alfred Hitchcock, em entrevista para François Truffaut, chegou a afirmar que seria impossível adaptar Crime e Castigo de Dostoiévski para o cinema, “Há muitas palavras lá dentro e todas têm uma função” (TRUFFAUT; SCOTT, 2004, p. 73).

Esse ponto levantado pelo diretor é recorrente em todas as adaptações que o cinema ou a televisão fazem de obras literárias. Seguindo a cultura estabelecida nos últimos anos e o senso comum, é natural acreditar que o que está nos livros será melhor do que o que está nas telas de cinema ou da televisão.

Contrariando essa crença pré-estabelecida, Johnson (2003) acredita que a linguagem de cada meio deve ser respeitada e apreciada de acordo com suas características peculiares, uma vez que, ao escrever um romance, o autor não o faz pensando em termos de roteiros cinematográficos, seu objetivo é primeiramente literário e de linguagem escrita, enquanto as adaptações de cinema e de televisão agregam suas energias majoritariamente no audiovisual.

O seriado de TV americano Game of Thrones não é diferente. Criado pelos produtores David Benioff e D.B. Weiss para a emissora de TV HBO, a sua história é baseada na série literária “As Crônicas de Gelo e Fogo”, de George R.R Martin (1996). O título da série deriva do nome do primeiro livro. Desde o início, Benioff e Weiss tiveram o desafio de adaptar, da melhor forma possível, livros em que o mais curto possui 800 páginas e o mais extenso, 1.100 páginas. Para muitos, inclusive para o próprio autor, a teoria de Hitchcock se encaixaria perfeitamente nesse caso. George chegou a afirmar para os produtores: “Vocês são loucos. É muito grande. É muito complicado. É muito caro” (MARTIN, 2013, p.5).

Contrariando todas as expectativas, a primeira temporada estreou em 17 de abril de 2011; a segunda, dia 1º de abril de 2012; a terceira, dia 31 de março de

2013; a quarta, em 6 de abril de 2014; e, finalmente, a quinta, dia 12 de abril de 2015, todas batendo recordes de audiência da HBO. O primeiro episódio da quinta temporada, exibido no dia 12 de abril deste ano, chegou a alcançar um índice de 0,94 pontos de audiência para o canal, 7% maior que o da estreia da quarta temporada e 9300% maior em relação à faixa horária do domingo anterior.<sup>5</sup>

GOT é hoje a série mais pirateada do mundo, baixada mais de sete milhões de vezes, de 5 de fevereiro a 6 de abril de 2015<sup>6</sup>. Os quatro primeiros episódios da quinta temporada foram divulgados em *sites* de compartilhamento um dia antes da estreia oficial na HBO, sendo baixados mais de um milhão de vezes em apenas um dia, segundo o *site* Torrent Freak<sup>7</sup>.

Apesar do vazamento e do número de *downloads* diários, a Nilsen informa que quase oito milhões de espectadores assistiram ao primeiro episódio da quinta temporada pelos dispositivos oficiais da HBO<sup>8</sup>.

Fazendo uma análise de todos os dados levantados acima é possível inferir que a obra criada em conjunto por Martin, Benioff e Weiss é uma das referências de maior sucesso dentro da televisão, chegando a uma média de 18,4 milhões de telespectadores<sup>9</sup> por temporada.

A história da série se passa na ilha de Westeros, localidade que era ocupada por sete reinos até que Aegon Targaryen, o Conquistador, com suas esposas-irmãs e seus dragões, submete todos ao seu trono de ferro. Assim, os Targaryens acabam formando uma única nação sob o seu comando, dividida por casas, e não mais por reinos independentes. As nove casas principais são: Targaryen, Baratheon, Stark, Lannister, Greyjoy, Tully, Tyrell, Arryn e Martell.

<sup>5</sup> Fonte: IPOBE MW – PNT Completo – Dados de domicílios com Pay TV(2015).

<sup>6</sup> Pesquisa feita pelo Irdeto sobre o número de pirataria na série. Disponível em: <<http://irdeto.com/news-and-events/illegal-downloads-of-game-of-thrones-episodes-increase-more-than-45-percent-year-over-year-in-the-final-weeks-before-season-5-premiere.html>>. Acesso em: 18 maio 2015.

<sup>7</sup> Dados levantados pelo *site* Torrent Freak. Disponível em: <<https://torrentfreak.com/leaked-game-of-thrones-episodes-trigger-piracy-craze-150412/>>. Acesso em: 18 maio 2015.

<sup>8</sup> Matéria do The New York Times do dia 14/4/2015 sobre a audiência do primeiro episódio da quinta temporada. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2015/04/15/business/game-of-thrones-season-premiere-draws-8-million-viewers.html?smid=fb-nytimes&smtyp=cur&bicmp=AD&bicmlukp=WT.mc\\_id&bicmst=1409232722000&bicmet=1419773522000&r=1](http://www.nytimes.com/2015/04/15/business/game-of-thrones-season-premiere-draws-8-million-viewers.html?smid=fb-nytimes&smtyp=cur&bicmp=AD&bicmlukp=WT.mc_id&bicmst=1409232722000&bicmet=1419773522000&r=1)>. Acesso em: 2 jun 2015.

<sup>9</sup> Matéria do Globo.com sobre os recordes de Game of Thrones. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/06/game-thrones-supera-familia-soprano-e-bate-recorde-de-emissora.html>>. Acesso em: 2 jun 2015.

Figura 1 – Brasões das nove principais casas e seus lemas



Fonte: Cinescópio TV, 2014.

Após quase trezentos anos de uma completa dinastia Targaryen, uma rebelião liderada por Robert Baratheon e Eddard Stark tem como consequência a morte de Aerys, o rei louco e herdeiro natural de Aegon, e dá início ao reinado da casa Baratheon.

Os primeiros episódios da série acontecem anos após o fim da rebelião e a coroação de Robert como rei. Tratam principalmente de sua relação com o seu melhor amigo, Eddard (Ned) Stark, protetor do norte e patriarca da família Stark. Ned, por determinação de Baratheon, é proclamado Mão do Rei (principal conselheiro) e muda-se para a capital, Porto Real, com as duas filhas, Arya e Sansa.

Eddard se torna o personagem principal, pelo qual o espectador conhece a história durante toda a primeira temporada. Em Porto Real, ele encontra problemas e conspirações, encabeçadas principalmente pela família Lannister, à qual a rainha pertence.

Conforme a história vai se desenrolando, Stark, o herói até então, vê-se na posição de ter que escolher entre sua honra, característica intrínseca do personagem, ou sobreviver dentro do que chamam de “a guerra dos tronos”. Robert, por um movimento da rainha, acaba morrendo e Westeros, então, se torna um campo de batalha de uma guerra, na qual cada casa estará em busca do poder representado pelo trono de ferro.

## 1.2 Narrativa e Produção

A série foi programada desde o início para ser produzida pela única emissora em que o autor e os produtores acreditavam que a história funcionaria. Martin chegou a afirmar em entrevistas que “Tinha que ser a HBO, o pessoal que fizera Os Sopranos, Deadwood e Roma. Ninguém nem chega perto quando se trata de produzir televisão adulta de qualidade” (MARTIN, 2013, p. 5).

A produção possui certas características que são comuns a todas as obras do canal, como: temporadas mais curtas, com apenas dez episódios em cada uma, episódios mais longos e sem interrupções de comerciais; produções cinematográficas e os diferenciais de narrativas, como a complexidade dos personagens, a abordagem de situações presentes no cotidiano das pessoas; o fato de sempre tentarem trabalhar com tabus, principalmente sexo e violência; e a noção que o canal pago possui de entregar conteúdos exclusivos não vistos em outras emissoras.

A HBO, desde o início, por volta de 1970, quis se diferenciar dos demais canais e, por ser uma emissora de televisão a cabo, em que o lucro vem principalmente das assinaturas mensais, achou nas produções próprias e de qualidade diferenciada o caminho do sucesso (EDGERTON, 2013). Seu próprio *slogan*, “It’s Not TV, It’s HBO”<sup>10</sup>, evidencia a postura adotada pela marca, que se tornou referência em produções de qualidade, como abordaremos mais profundamente no capítulo seguinte.

Game of Thrones segue a estrutura das demais séries da emissora. É uma narrativa seriada e, de acordo com Machado (2000), pode ser considerada uma narrativa única, pois, mesmo possuindo uma infinidade de personagens e conflitos, todos eles estão minimamente interligados, sendo de difícil entendimento quando se assiste apenas a um episódio.

Um dos pontos fortes da série são os complexos personagens, seguindo a tendência do *Quality TV* (FEUER, 2006). Eles são tridimensionais, nunca preto no branco, como o próprio D. B. Weiss afirma: “Não há mocinhos e bandidos.

---

<sup>10</sup> Tradução livre: “Não é TV, é HBO”



Há pessoas perseguindo os próprios interesses, como elas os veem e as próprias versões do bem, como elas as veem. É exatamente o que fazemos todos os dias” (WEISS, 2013, p. 82). Esse, de acordo com o próprio produtor, é um dos motivos para o sucesso da história.

GOT faz uso do recurso chamado de *ensemble show*, em que, segundo Starling (2006), o enfoque sai do personagem principal e vai para o conjunto de personagens, que vão ser explorados em profundidade. A série também possui elevados valores de produção e aborda conteúdos que podem ser considerados como tabus, a exemplo de sexo e incesto. Essas são algumas das características que permitem que Game of Thrones seja considerada pertencente ao gênero de *Quality TV*, conceito que também será aprofundado no próximo capítulo.

O cerne principal da narrativa, ao contrário de muitas produções de fantasia, não são os dragões de Daenerys, os lobos gigantes dos Starks e a magia dos White Walkers. O que move seus personagens é o jogo de poder em que eles se envolvem e as relações geradas ao longo das temporadas.

Figura 2 – White Walker, caminhante branco que vive além da muralha



Fonte: GameofThronesBr, 2014.

Outro fator de diferenciação são os fatos sempre imprevisíveis que George R. R. Martin apresenta para o público de seguidores e fãs. Os produtores reproduzem a mesma característica na série, cenas como a morte de Eddard, ainda na primeira temporada, e os casamentos vermelho, na terceira, e roxo, na quarta temporada,

fazem com que os espectadores especulem e discutam os próximos acontecimentos.

De acordo com o infográfico feito pelo Washington Post<sup>11</sup>, foram 456 mortes durante as quatro primeiras temporadas. Vários desses 456 personagens mortos foram construídos ao longo da história como principais e/ou protagonistas.

Considerada a cena mais importante pelos produtores, o casamento vermelho elevou a narrativa a novos patamares<sup>12</sup>. Ela consegue demonstrar, de uma forma clara, a intenção dos criadores de apresentar uma série imprevisível e de entregar conteúdos inéditos aos espectadores. Durante o episódio, vários Starks, que desde o início foram construídos como principais, são mortos. Dessa forma, acontece um aumento na complexidade dos personagens e o espectador passa a conhecer a família Lannister sob um olhar mais aguçado. Os pensamentos e motivações dos que antes eram vistos como antagonistas passam a ser mais explorados e compreendidos.

Após a morte de Ned Stark, Robb, o filho mais velho, toma seu lugar e reúne os vassalos do norte para vingar o patriarca. Ele acaba sendo proclamado como o primeiro rei do norte desde Torrhen Stark. Dessa forma, ele se vê dentro da guerra dos cinco reis, juntamente com Joffrey Baratheon, Stannis Baratheon, Baoln Greyjoy e Renly Baratheon.

Após vencer todas as batalhas, Robb acaba traíndo a aliança de Walder Frey. Tentando recuperar sua confiança, o primogênito de Ned se vê no casamento vermelho, em que sua guarda, sua mulher e seu filho, ainda não nascido, são traídos e mortos violentamente.

A construção da cena é feita de forma a passar esperança para os que estão assistindo, é um momento de alívio em que o próprio Stark se vê tranquilo e esperançoso. Essa tranquilidade é passada para o público por meio principalmente dos diálogos construídos ao longo do episódio.

---

<sup>11</sup> Infográfico produzido pelo Washington Post contabilizando todas as mortes de Game of Thrones. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/graphics/entertainment/game-of-thrones/>>. Acesso em: 6 jun 2015.

<sup>12</sup> Entrevista concedida para o livro "Inside HBO's Game of Thrones Seasons 3 & 4." B. A. Taylor. San Francisco: Chronicle Books, 2014, p. 104.

O Casamento Vermelho é um exemplo do quanto o autor e os produtores não seguem padrões pré-estabelecidos e, com frequência, quebram as expectativas dos espectadores.

Como mencionado anteriormente, a morte de personagens que foram construídos durante as temporadas e tidos como principais pelos espectadores e, acima de tudo, relacionados à esperança de que o bem triunfaria sobre o mal, como a família Stark, pode ser um ponto chave para explicar o sucesso de Game of Thrones, além de outros fatores que serão levantados no decorrer deste trabalho.

Figura 3 – Cena do casamento vermelho, em que Robb Stark é morto



Fonte: GameofthronesBr, 2014.

Uma das mais caras produções da HBO, com o custo médio de US\$ setenta milhões por temporada, segundo a Isto É dinheiro<sup>13</sup>, GOT revela em cada episódio o motivo desse investimento milionário. Na quinta temporada, foram três equipes de filmagens, trabalhando em três países diferentes. Foram 151 sets, 240 dias de produção, 166 atores, 1.000 pessoas na equipe de filmagem, mais de 5.000 figurantes e 12 dias para gravar apenas uma cena.<sup>14</sup>

Depois de todos os pontos e números levantados, pode-se afirmar que Game of Thrones é uma série de sucesso, principalmente em termos de audiência, nos

---

<sup>13</sup> Matéria da revista Isto É Dinheiro sobre os números da série. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20150409/game-thrones-numeros-milionarios-aclamada-serie-hbo/249562.shtml>>. Acesso em: 3 jun 2015.

<sup>14</sup> Dados disponíveis no vídeo “Game of Thrones Season 5: A Day in the Life(HBO): <<https://www.youtube.com/watch?v=p9Mi17nLfIY>>. Acesso em: 3 jun 2015.

dias de hoje. Neste trabalho, ainda será analisada a relação da série com o gênero de *Quality TV* e a forma como *Thrones* influencia hoje o modo de se consumir entretenimento.

## 2 QUALITY TV

### 2.1 *Quality TV*, o que caracteriza esse gênero?

As séries americanas, desde a criação do gênero *sitcom* (comédia das situações), cujo marco inovador foi o seriado *I Love Lucy* (1951), até o surgimento das séries como a abordada neste trabalho, *Game of Thrones* (2011), vêm se tornando cada dia mais presentes no cotidiano das pessoas.

O Netflix, por exemplo, possuía em 2012 uma base de assinantes de 33 milhões de pessoas<sup>15</sup> no mundo, e boa parte do que é disponibilizado para *streaming* nesse serviço são séries produzidas para a televisão.

Com a criação dos canais a cabo e com avanços tecnológicos como o vídeo cassete, a preocupação de todas as emissoras passou a ser o interesse dos espectadores pelos programas produzidos. A TV a cabo foi a primeira a dar uma maior atenção às produções de qualidade, pois dependiam financeiramente de assinaturas mensais. Novos assinantes precisavam se interessar pelo conteúdo e assim estariam dispostos a pagar pelo serviço. Isso aconteceu com um dos canais mais respeitados da televisão: a HBO.

Com essa preocupação em mente e ainda com a queda de audiência das três principais emissoras americanas (CBS, ABC e NBC), a televisão e suas narrativas seriadas acabaram sendo transformadas.

O grande marco talvez tenha sido o seriado *Hill Street Blues* (1981), cuja narrativa, pela primeira vez, fez uso do *ensemble show*. O formato permite aos criadores darem ar de protagonista de uma história particular a cada membro de um novo arco: “o que dá a trama as possibilidades de tecido, no qual cada episódio pode aprofundar um fio narrativo, deixá-lo em suspenso, retomá-lo semanas ou

---

<sup>15</sup> Dados retirados da reportagem: “Pirataria de filmes é termômetro para formar catálogo, diz executivo do Netflix”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/01/1220698-pirataria-de-filmes-e-termometro-para-formar-catalogo-diz-executivo-chefe-do-netflix.shtml>>. Acesso em: 3 jun 2015.

meses adiante ou mesmo abandoná-lo” (STARLING, 2006, p. 37). O enfoque da história não é mais apenas um único personagem, e sim um conjunto de personagens a serem trabalhados de uma forma mais complexa. O *ensemble* advém, de acordo com Starling (2006), de uma semelhança com as histórias literárias em que os escritores tinham espaço e liberdade de trabalhar com quantos personagens achassem necessário.

A partir de 1981, é possível identificar o surgimento de um novo gênero da televisão americana: o *Quality TV*. Desde o início, foi complicado ter uma precisa definição do que faria ou não parte desse novo formato. Thompson (2006) define o que não é: “It’s not regular TV”<sup>16</sup>. Para ele, os novos shows eram uma mistura da TV tradicional de um modo inesperado. Tinham literalmente uma ambição cinematográfica, além de empregarem uma complexa e sofisticada narrativa seriada (THOMPSON, 2006, p. 5).

Segundo Knox (2008), o *Quality TV* pode ser classificado a partir da junção de características que vão desde os altos valores das produções até a utilização do formato *storytelling*, a abordagem de temas considerados tabus e a complexidade da narrativa.

As séries televisivas, então, começam a ser vinculadas a esse gênero devido à sua produção e às temáticas apresentadas. Programas como *ER* (1994-2009), *The Sopranos* (1999-2006) e o objeto de nossa análise, *Game of Thrones* (2011-), passam a ser aclamados pela crítica e correspondem à definição de *American Quality Television*:

“AQTV”(American Quality Television), muitas vezes referenciados pelos seus elevados valores de produção, aspecto cinematográfico e encenação vistosa, hibridismo genérico, credenciais de qualidade, que incorporam o formato *storytelling* e a complexidade narrativa desenvolvida pelas séries de longa duração, com ênfase na caracterização em série, ou (nomeadamente no que diz respeito aos programas da HBO) forçam os limites e os tabus através da representação de conteúdos explícitos (KNOX, 2008, p. 271).

Todas as características levantadas por Knox (2008) vão ao encontro do que Feur (2003) e Firth (2000) também defendem. O *Quality TV* pode ser definido pela relação com a estética, com o modo de produção e com a audiência gerada.

---

<sup>16</sup> Tradução livre: “Não é uma TV regular.”

Bignell (2006) argumenta sobre o valor dos roteiristas dentro das produções de qualidade. Ele acredita que quem escreve deve ser ouvido: “I argue that the writer is crucial to any discussion of production quality because the script is the one irreducible currency of value (both commercial and aesthetic) in film and television production.”<sup>17</sup>. Não adianta ter uma boa história se ela não tiver bons roteiristas para adaptá-la.

Analisando todos os conceitos acima citados, é possível identificar as características que levam uma produção a ser considerada como *Quality TV*. Elas vão muito além de um alto investimento, as narrativas mais elaboradas, e essa nova forma de tratar as complexidades do ser humano nos personagens, estão fazendo com que esse gênero se consolide no universo televisivo.

## 2.2 A influência da HBO sobre o gênero *Quality TV*

Durante a última década e meia, a HBO tem sido identificada como um dos principais nomes do entretenimento para a TV americana. (DEFINO, 2014, cap. 1, p.1).

A rede de televisão a cabo Home Box Office surgiu em 1974, criada por Chuck Dolan. Teve seu início pautado em ser apenas um canal fornecedor de filmes, de programas esportivos e de comédia. Somente por volta da década de 1980, o canal começou a enxergar o valor de produções próprias para garantir a sobrevivência do seu sistema econômico.

Contrariando as maiores redes de TV que sustentam o faturamento via espaços publicitários pagos, os canais a cabo vendem assinaturas mensais, em que o pagamento de uma quantia fixa por mês dá acesso a todo o conteúdo disponível.

---

<sup>17</sup> Tradução livre: “Eu defendo que o roteirista é essencial para qualquer discussão de produção de qualidade, pois o *script* é o que tem maior valor (tanto estético quanto comercial) nos filmes e em produções de televisão.”

Com o crescimento de outras emissoras e uma clara demanda de novos conteúdos por parte dos espectadores, os executivos da HBO, no final dos anos 1970, perceberam que ser apenas uma reprodutora de filmes poderia prejudicar a marca e, com isso em mente, passaram a investir em produções próprias. (EDGERTON, 2013, p. 7).

Com a ideia de possuir os próprios conteúdos já formada, o passo seguinte da marca era alcançar a qualidade que a transformaria em referência durante os próximos vinte anos. Com uma estratégia atípica para a televisão, os executivos do canal começaram a investir uma quantia maior de dinheiro nas produções dos programas (de dois milhões de dólares para quatro milhões, por horário nobre) e limitaram o número de episódios por temporada (EDGERTON, 2013, p. 8-9).

Defino (2014) traz no livro *HBO effect* discussões sobre até que ponto realmente podemos considerar a emissora uma influenciadora no modo de se fazer TV nas últimas três décadas. Ele levanta questões que aparecem como consenso em relação ao legado que a HBO deixou para a televisão contemporânea:

A consensus seems to have emerged concerning the terms of HBO's legacy to contemporary television: its innovations in the delivery of television programming (via subscription, satellite, multiplexing); its expansion of "acceptable" content (sex, violence, profanity); its transformation of conventional genres (crime, western, comedy); its branding strategies; and its fostering of creativity in a medium notoriously averse to risk. (DEFINO, 2014, p. 4-5)<sup>18</sup>

Os diretores da HBO acreditam que o canal deve se diferenciar pela transmissão de um conteúdo exclusivo. Assim, suas produções introduziram um nível de narrativa, personagens e temáticas que se alastrou pelos outros canais, e hoje é conhecido como o "HBO Style" (THOMPSON, 2006, p. 3). A abordagem de conteúdos considerados tabus, como violência, sexo e homossexualismo, e a complexidade com que os personagens são construídos são alguns dos pontos que diferenciam as séries da emissora das demais.

---

<sup>18</sup> Tradução livre: "Um consenso foi alcançado considerando os termos do legado da HBO para a televisão contemporânea: a inovação em entregar a programação (via serviços de assinatura, satélite, *multiplexing*); a expansão do conteúdo "aceitável" (sexo, violência, profano); a transformação dos gêneros convencionais (crime, *western*, comédia); as estratégias de marca; e o uso da criatividade em uma mídia claramente avessa ao risco."



As características relacionadas ao realismo estão sempre presentes em séries como *The Sopranos*, *The Wire* e *Game of Thrones*. Esta última, mesmo trabalhando com seres fantásticos como dragões e lobos gigantes, não os utiliza como escapismo em relação ao cerne principal da narrativa: as relações humanas e suas consequências.

Defino chega a afirmar que, graças aos filmes e séries originais produzidos pela HBO, a televisão talvez tenha se igualado ao cinema como um respeitado meio narrativo do nosso século.

O canal atraiu nomes consagrados na produção cinematográfica, como Steven Spielberg e Martin Scorsese. Com total liberdade de criação aos produtores e roteiristas, a HBO conseguiu dar à televisão um *status* que antes era destinado somente ao cinema. (DEFINO, 2014, cap. 1, p.13 ).

O que permite a HBO estar sempre à frente, ainda de acordo Defino (2014), é a tenacidade, além da capacidade de adaptação da marca. Desde o início, os diretores tendem a enxergar as diferenças como oportunidades, e não como ameaças. Um exemplo claro é o lançamento mais recente do serviço de *streaming*: o HBO Now.

A partir dessas informações, é possível identificar o valor que a HBO tem para o *Quality Television*, pois influenciou a forma como diversas outras emissoras produzem hoje os seus seriados.

O Netflix é um exemplo claro da influência da HBO. O serviço de *streaming*, que funciona como um grande catálogo, passou a apostar na produção de séries originais desde 2013. House of Cards é hoje um dos seriados mais vistos, levando cerca de dez milhões de assinantes para o Netflix em apenas dez meses<sup>19</sup>. A série, assim como as produções da HBO, é pautada em complexos personagens e aborda o drama político de uma forma diferenciada.

De acordo com Defino (2014), essas novas séries sempre estarão à sombra da marca que, na década de 1990, ficou conhecida pelo *slogan* que até hoje instiga os críticos e especialistas: “It’s not TV, it’s HBO”<sup>20</sup>. O autor ainda afirma que não podemos negar esse fator de transformação pelos seguintes motivos:

---

<sup>19</sup> Mundo das marcas, matéria sobre o Netflix. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/netflix-best-way-to-rent-movies.html>>. Acesso: 20 maio 2015

<sup>20</sup> Tradução livre: “Não é TV. É HBO.”

HBO has effectively reframed our sense of what constitutes “quality” television – in drama as in comedy- by shaking up the conventions of genre, expanding the boundaries of content and form, and injecting an unprecedented sense of fatalismo into American Television.” (DEFINO, 2014, cap.4, p. 58)<sup>21</sup>.

Dessa forma, novamente fica clara a influência da marca aqui estudada sobre a formação do conceito/gênero chamado de *Quality TV*. Sendo de grande dificuldade desassociar os dois. *Quality TV* talvez não existiria sem a HBO, e a HBO talvez não seria o que é sem as séries consideradas como desse gênero.

---

<sup>21</sup> Tradução livre: “A HBO reformulou o senso de televisão de `qualidade` – tanto no drama como na comédia – transformando as convenções dos gêneros, expandindo os limites de conteúdo e de forma, e injetando um senso de fatalismo sem precedentes na Televisão Americana.”

### 3 CULTURA DE SÉRIE

#### 3.1 Cultura da Convergência

MacLuhan, em 1960, denominou o futuro como uma grande aldeia global, onde indivíduos separados territorialmente iriam se interligar através dos meios de comunicação. Essa denominação tornou-se ainda mais verdadeira com a chegada, em 1990, da ferramenta que até os dias de hoje transforma o modo como as pessoas encaram o mundo: a internet.

A internet inicialmente foi concebida como um instrumento militar. Com o passar dos anos, ela se tornou um meio que está ao alcance de todos, e hoje é palco de troca de informações e compartilhamentos de quase três bilhões de pessoas<sup>22</sup>. Ela passou a ser um espaço em que o receptor pode assumir o papel de protagonista.

Henry Jenkins (2009, p. 29) afirma que estamos vivendo hoje a chamada Cultura da Convergência, “[...]onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”.

O autor ainda trata de três importantes conceitos de extrema importância para este trabalho e que estão presentes em inúmeras situações geradas por esse novo movimento de comunicação: convergência dos meios, cultura participativa e inteligência coletiva.

Por convergência, Jenkins (2009) refere-se ao fluxo de conteúdo que ocorre através das múltiplas plataformas de mídia, além do comportamento migratório do público que hoje tende a buscar em qualquer plataforma a experiência de entretenimento que deseja. A circulação do conteúdo dentro desses diferentes

---

<sup>22</sup> Reportagem com dados da ONU sobre usuários de internet. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/11/1553088-internet-ja-tem-quase-3-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-diz-onu.shtml>>. Acesso em: 20 maio 2015.

meios depende fortemente da participação dos consumidores e de como eles serão incentivados a procurarem novas informações.

Assim, a expressão cultura participativa se torna presente, ela contrasta com noções mais antigas sobre a “passividade” dos espectadores. Talvez tenha chegado a hora de juntar a definição de produtor e consumidor e considerá-los em um grande barco onde não é possível ainda entender completamente as novas relações geradas (JENKINS, 2009, p. 30).

Com a noção de cultura participativa já trabalhada, Jenkins (2009) acredita que a convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros. O autor afirma ainda que, como há mais informações disponíveis sobre os assuntos que nos interessam do que podemos armazenar, existe um incentivo para que as pessoas discutam entre si sobre as mídias consumidas.

Cada conversa gera um interesse por parte do mercado das mídias e, assim, o consumo se torna um processo coletivo. Dessa transformação, entra em cena o terceiro conceito, a inteligência coletiva, expressão cunhada por Pierre Lévy (1998). Dentro dele, todos os indivíduos sabem de alguma coisa e ninguém sabe de tudo; com isso, um grupo pode juntar as informações, associar os recursos e unir as habilidades que venham a existir em cada indivíduo. Sendo assim, a inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa do poder midiático (JENKINS, 2009, p. 30).

A internet hoje possui uma grande quantidade de comunidades criadas com a função de oferecer aos fãs espaços em que possam discutir, compartilhar e chegar a conclusões sobre os seus programas de entretenimento favoritos, independentemente de serem sobre jogos, séries ou filmes.

Dentro dessas comunidades, os consumidores têm a oportunidade de exercer a inteligência coletiva e, assim, podem transformar o processo corporativo. Ao invés de as corporações incentivarem a participação do espectadores, os próprios consumidores aprendem a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo de mídia (JENKINS, 2009, p. 46). Com isso, eles lutam pelo direito de participarem da sua cultura e de demandarem o conteúdo que lhes interessa. Essa mudança se dá, como Jenkins (2009) acredita, porque esses novos consumidores são muito mais participativos, mais ativos, mais barulhentos e leais às redes de comunicação.

A série *Survivor* e o próprio *Game of Thrones*, como será aprofundado adiante, são exemplos de que a transformação do consumidor já aconteceu e a inteligência coletiva está cada dia mais ativa.

*Survivor* (2000), famoso *reality show* americano produzido pela CBS, no qual dezesseis pessoas passavam por situações extremas, possuía uma comunidade em que fãs disponibilizavam seu tempo para descobrir e discutir tudo o que os produtores não queriam divulgar antes do programa ir ao ar. A comunidade chegava a utilizar contatos em agências de turismo, mapas por satélite e checava a fundo a vida de possíveis candidatos que iriam participar do programa (JENKINS, 2009, p. 65).

O processo da Cultura da Convergência estará sempre em constante mudança, pois existe uma grande dificuldade de se chegar a um consenso. Mesmo os espectadores transformando as formas de consumo e, assim, inserindo-se nas produções, como veremos a seguir, vivemos ainda em uma sociedade capitalista, na qual grandes indústrias são guiadas por seus investimentos e interesses, hoje são elas que ditam até que ponto os consumidores podem ir.

### **3.2 Novas e transformadas formas de consumo**

Todas as mudanças de relacionamento entre os indivíduos que consomem e os produtores de mídia, levantadas por Jenkins (2009), foram trazidas pelo desenvolvimento da internet. A televisão é um meio que sofre grandes influências relacionadas a essas transformações. Atualmente, a forma como as narrativas são contadas nessa mídia não é mais a mesma de cinquenta anos atrás.

Com as funções assumidas pelo computador, o telespectador pode assistir aos seus programas favoritos em qualquer lugar, por meio de *downloads*. Dessa forma, há uma necessidade de que a televisão atue de uma maneira diferenciada, levando interatividade para o consumidor. A narrativa, a partir de agora, tende a se

estender por livros, grupos de discussão, *sites*, jogos eletrônicos, parques temáticos e diversos outros meios. Isso é conceituado por Henry Jenkins (2009) como narrativa transmidiática, sendo que:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p. 138).

Essa nova forma de consumo transmidiático está cada vez mais presente na vida dos indivíduos que se interessam pelas produções das indústrias do entretenimento. De um certo modo, o principal motivo é a linha econômica de produção horizontal que as indústrias passaram a utilizar; nela, uma única empresa pode ter raízes em diferentes setores de mídia, como é o caso da Warner Bros, que possui, além de filmes e séries, quadrinhos e até parques de diversão. Como vimos no item anterior, o próprio consumidor passou a demandar uma complexidade e uma interação dentre as mídias com as quais estão acostumados (JENKINS, 2009, p. 138-139).

Jenkins (2009) afirma que uma boa franquia transmídia deve trabalhar de forma a atrair múltiplas clientelas, alterando o tom do conteúdo conforme for necessário, de acordo com a mídia. Entretanto, se houver material suficiente para sustentar todos os consumidores, é possível existir um mercado de intersecção que irá expandir o potencial da franquia inteira.

Essas novas narrativas são influenciadas principalmente pelo universo criado por George Lucas em Star Wars (1977-) e pelos irmãos Wachowski da série Matrix (1999–2003), ambas produções são de uma complexidade tamanha e os universos possuem tantos detalhes que não conseguiram ser esgotados em apenas uma mídia, gerando uma grande interação em diversas mídias. Star Wars é uma franquia que possui, além dos seis filmes originais, diversos jogos, brinquedos, legos, desenhos, fantasias e até uma área dentro de um parque de diversões em Orlando.

Não se deve esquecer que existem motivações econômicas para que as narrativas transmídias sejam realizadas: “[...] há um forte interesse em integrar entretenimento e Marketing, em criar fortes ligações emocionais e usá-las para

aumentar as vendas” (JENKINS, 2009, p. 148). Brinquedos, roupas, quadrinhos e todos os outros produtos que são gerados por esses universos são responsáveis por uma parcela considerável do lucro. Não é por acaso que George Lucas abriu mão do salário em troca da participação nas vendas de produtos relacionados aos filmes da série Star Wars.

Com esse tipo de narrativa, o espectador passa a ter um papel mais ativo, já que existe a necessidade de buscar as informações por diferentes meios, sempre atentos aos mínimos detalhes. Assim, o consumidor se apropria de um lugar no processo de convergência, pois aprende a utilizar novas técnicas, cria comunidades e fóruns de discussão para debater os programas, emitindo opiniões e, muitas vezes, mudando o rumo da narrativa quando ouvidos pelos produtores das indústrias.

Na televisão, seriados como *Heroes*, *Twin Peaks* e o próprio *Game of Thrones* são alguns dos responsáveis por gerarem as mudanças relacionadas às narrativas transmídias.

*Twin Peaks*, série lançada em 1990, gira em torno da investigação do assassinato de Laura Palmer, que acontece em uma pequena cidade dos EUA chamada Twin Peaks. Além da narrativa televisiva, o diretor David Lynch apostou em pelo menos mais dois produtos que agregaram valor à história. Em primeiro lugar, lançou o livro *O Diário de Laura Palmer* e, após o fim do seriado, o filme *Twin Peaks: Fire Walk With Me*. Com essa estratégia, a história se tornou uma das primeiras experiências bem sucedidas de narrativa transmídia dos anos 1990<sup>23</sup>.

*Heroes* e *Game of Thrones* não são diferentes. O primeiro foi aclamado pelo lançamento do *Heroes Evolution*, uma extensão digital do seriado televisivo, que criou na *web* uma realidade alternativa e possibilitou a interação do espectador pelo site oficial. O *site* incluía fóruns de mensagens, comentários, aplicativos e uma novela gráfica interativa que dava continuidade à história. A página chegou a ter um total de mais de 48 milhões de visualizações e 27 milhões de *downloads* de vídeos<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Informações disponíveis na matéria sobre o seriado. Disponível em: <<http://www.ochaplin.com/2014/09/a-narrativa-transmidia-em-twin-peaks-de-david-lynch.html>>. Acesso em: 22 maio 2015.

<sup>24</sup> Dados sobre transmídia e *Heroes*. Disponível em: <<https://storify.com/manubaptista/case-heroes-comunicac-o-transmidia-1>>. Acesso em: 22 maio 2015.

Mesmo com um consumidor mais participativo, com tudo ao alcance de um clique, muitas produtoras ainda conseguem fazer com que os espectadores fiquem presos às grades de programação, com episódios lançados semanalmente em temporadas anuais. Talvez a maior quebra desse sistema tenha sido o surgimento do Netflix (1997).

O Netflix, hoje, possui uma base de 33 milhões de usuários no mundo inteiro<sup>25</sup>, ele funciona como um grande catálogo com uma quantidade significativa de conteúdo disponível para assinantes mensais. A empresa investe em séries originais para competir com seu principal concorrente: a HBO, como o próprio vice-presidente, Ted Sarandos, afirma: "The goal is to become HBO faster than HBO can become us." <sup>26</sup>.

*House of Cards* e *Orange is the new black* são considerados seriados de muito sucesso, tanto que a empresa conquistou quatorze indicações ao Emmy Awards de 2013 (prêmio atribuído a programas e profissionais de televisão) somente por essas duas produções. O drama político ganhou três prêmios, mesmo sem nunca ter sido transmitido pela televisão tradicional<sup>27</sup>. Essas séries conseguem quebrar o sistema de lançamento semanal das outras emissoras, pois as temporadas são disponibilizadas de uma só vez, gerando uma especialização em termos de consumo.

Seguindo o exemplo do Netflix, a HBO lançou, em março de 2015, seu primeiro serviço de *streaming*, o HBO Now, em que os espectadores têm acesso ao conteúdo do canal por US\$ 14,99 mensais. O serviço permite à emissora ter novas produções com temáticas e formatos diferenciados<sup>28</sup>. Essa aposta do canal, reconhecido por suas grandes produções, mostra que a indústria está se adaptando e participando da recente dinâmica instaurada pelos consumidores e pelas novas tecnologias.

---

<sup>25</sup> Entrevista com executivo do Netflix. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/01/1220698-pirataria-de-filmes-e-termometro-para-formar-catalogo-diz-executivo-chefe-do-netflix.shtml>>. Acesso em: 3 jun 2015.

<sup>26</sup> Tradução livre: "O objetivo é se tornar a HBO antes que ela se torne a gente". Disponível em: <<http://www.fastcompany.com/3044284/bring-it-on>> Acesso em: 3 jun 2015.

<sup>27</sup> "O mundo das marcas": Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/netflix-best-way-to-rent-movies.html>>. Acesso em: 22 maio 2015.

<sup>28</sup> Informações disponíveis em: <[http://m.fastcompany.com/3044564/most-innovative-companies/inside-hbos-grand-storytelling-experiment?utm\\_content=buffer0e133&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebookbfi&utm\\_campaign=buffer](http://m.fastcompany.com/3044564/most-innovative-companies/inside-hbos-grand-storytelling-experiment?utm_content=buffer0e133&utm_medium=social&utm_source=facebookbfi&utm_campaign=buffer)>. Acesso em: 3 jun 2015.



Os conceitos levantados por Jenkins (2009), hoje presentes em diversas discussões sobre o entretenimento, talvez sejam os grandes responsáveis pela instaurada Cultura de Série. Esse fenômeno é resultado das novas dinâmicas espectatoriais em torno das narrativas seriadas.

Alguns pontos podem ser levantados a fim de tentar explicar o espaço que essa forma de produção vem conquistando nos últimos anos. A complexidade dos novos modelos narrativos explorada no capítulo anterior, assim como o contexto tecnológico e o consumo transmidiático, são os pontos-chaves para entender essa dinâmica.

A maioria das séries consideradas como sendo do gênero *Quality TV* geram hoje essa chamada Cultura de Série. Por possuírem narrativas mais complexas, transmidiáticas e serem produzidas em um contexto em que a internet é um dos principais meios de comunicação, é natural que os fãs tendam a utilizar a inteligência coletiva e a cultura participativa. Isso ocorre por meio de fóruns, grupos de discussões, *blogs*, *fan fictions*, entre outros, e demonstra como as interações em volta dessas produções de entretenimento acontecem.

*Survivor* (2000), como já mencionado neste capítulo, é um exemplo claro, as comunidades criadas davam espaço e condições para que os fãs discutissem teorias e informações não liberadas pela emissora oficial. As especulações chegaram a incomodar o então produtor Mark Burnett, que, por diversas vezes, liberou informações equivocadas a fim de confundir os espectadores (JENKINS, 2009, P. 79).

## 4 METODOLOGIA

Este trabalho é fruto principalmente de uma análise de conteúdo; segundo Martin e Gaskell (2002), essa técnica é aplicada “para produzir inferências de um texto focal para o seu contexto social de maneira objetivada, esse contexto pode ser em princípio, inacessível ao pesquisador” (MARTIN; GASKELL, 2002, p. 191).

Primeiramente, foram selecionados textos e amostras específicas do conteúdo abordado para conseguir se chegar a uma teoria e a circunstâncias que fossem plausíveis para o que foi levantado inicialmente. Dessa forma, foi construído um arquivo de dados que serviu como uma base para a análise.

Todos os textos e amostras selecionados foram lidos e analisados para o processo de decodificação. Essa foi uma das maiores dificuldades, pois o acesso a dados muito específicos de produção, direção e roteiro não foi possível.

Por ser um tema relativamente novo, muitos textos sobre o gênero *Quality TV* foram retirados de fontes em outros idiomas, especialmente vindos dos Estados Unidos, país precursor na área abordada. Também foram utilizadas estatísticas de jornais, *blogs* especializados em séries de TV e *sites* que noticiam entretenimento.

Game of Thrones é um seriado que ainda está em produção, os dados são atualizados diariamente, sendo assim, o trabalho tem como base os números que foram disponibilizados até maio de 2015.

Além da análise de conteúdo tradicional, a pesquisa também tem como base a análise de som e imagens em movimento para conseguir abordar as características demonstradas no seriado televisivo.

São uma amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, sequência de cenas e muitas mais. É portanto, indispensável levar essa complexidade em consideração, quando se empreende uma análise de seu conteúdo e estrutura. (MARTIN; GASKELL, 2002, p. 343).

Esse método foi utilizado para fazer a escolha do que deveria ser analisado dentro de uma obra em que tudo é de extrema importância, o que acrescentaria

novas visões sobre o que é discutido. Dessa forma, foi possível chegar a uma certa simplificação no processo, pois algumas cenas e acontecimentos foram consideradas separadamente.

Com a junção das duas formas de análise, pretende-se argumentar e levantar as características que fazem com que a série seja considerada pertencente ao gênero *Quality TV* e, a partir disso, como ela gera uma Cultura de Série influenciada pela inteligência coletiva e pela cultura participativa.

## 5 ANÁLISE

### 5.1 Game of Thrones e sua relação com o *Quality TV*

David Benioff e D. B. Weiss são os produtores responsáveis pela adaptação para a TV da então já famosa série de livros de George R. R. Martin, *A Song of Ice and Fire*, intitulada *Game of Thrones* (Jogo dos Tronos) para a televisão. Em diversas entrevistas, os dois produtores afirmam que, desde a primeira vez que leram os livros, lutaram para transformar a narrativa em uma obra audiovisual. O primeiro passo foi convencer o autor a vender os direitos da história. O segundo foi a união com a única emissora que para eles seria capaz de transformar os livros de Martin em uma adaptação respeitável: a HBO (BENIOFF; WEISS, 2013).

Como visto no capítulo 2, a HBO é considerada a percussora de produções de qualidade para a televisão. Séries como *The Sopranos* (1999-2007), *Sex and the City* (1998-2004) e *The Wire* (2002-2008) já tinham sido lançadas e alcançado sucesso dentro do meio. *The Sopranos* chegou a ter uma média de 18,2 milhões de espectadores por episódio<sup>29</sup>.

Benioff, Weiss e Martin acertaram quando procuraram a emissora porque, mesmo sendo uma série de fantasia, gênero nunca antes trabalhado pela HBO, a história possuía todas as características para uma série original do canal, já na versão literária. A começar pelos personagens, que, mesmo rodeados por seres fantásticos como dragões, bruxas, *White Walkers*<sup>30</sup> e lobos gigantes, continuam sendo um exemplo e uma crítica da real natureza humana, assim como o mafioso Tony Soprano e seus problemas psicológicos. DeFino (2014) chega a afirmar que:

---

<sup>29</sup> Matéria do Globo.com sobre os recordes de *Game of Thrones*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/06/game-thrones-supera-familia-soprano-e-bate-recorde-de-emissora.html>>. Acesso em: 3 jun 2015.

<sup>30</sup> Caminhantes brancos, são zumbis que vivem além da muralha e só aparecem durante o inverno.

Even HBO fantasy series eschew the escapism that defines the genre to focus upon real-world issues. *True Blood* and *Thrones* emphasize the political and personal over the mythical and merely elements of a violent, cruel battle between the brutal, the depraved, and the hopelessly lost. They become part of a larger critique of human nature. Mythical beings and magical powers serve to amplify that critique, where in typical fantasy they offer an escapist alternative to “the way we live now. (DEFINO, 2014, cap. 4, p. 33)<sup>31</sup>.

Os Lannisters, na série, talvez sejam os melhores exemplos dessa complexidade e senso de realismo que a narrativa transmite por meio de seus personagens. A família é formada por Tywin Lannister, patriarca e um dos homens mais ricos e poderosos do sete reinos; Jamie e Cersei Lannister, irmãos gêmeos que vivem uma relação incestuosa, sendo Cersei a esposa do rei Robert Baratheon; e, finalmente, Tyrion, irmão mais novo, anão, visto pela família como o responsável pela morte da mãe, que faleceu durante o parto.

Conforme o desenrolar da narrativa, esses quatro personagens são dissecados de maneira a mostrar para os espectadores o que realmente os move e as consequências de suas ações para a sequência da história. O trunfo da série, aparentemente, é conseguir mudar o foco da narrativa da família Stark para os Lannisters, tidos desde o início como os vilões.

Tyrion é um personagem sagaz e inteligente, que lida de forma única com a sua condição de anão, dentro de uma das famílias mais ricas de Westeros. É construído com o objetivo de mostrar os seus defeitos, honras e qualidades ao mesmo tempo; há momentos em que se mostra receptivo a tentar ajudar os mais enfraquecidos e chega a ser identificado como um anti-herói. Ele é uma pessoa fruto das experiências que passou durante a vida e que, várias vezes, vê-se obrigado a tomar decisões de caráter dúbio para conseguir sobreviver à Guerra dos Tronos.

Cersei Lannister é inserida na série como uma mulher de motivações e atitudes duvidosas. O espectador, nos primeiros episódios, já descobre a relação incestuosa que ela mantém com o irmão gêmeo e seu ódio pelo marido. A personagem, ao mesmo tempo, é uma mãe fervorosa, disposta a fazer qualquer

---

<sup>31</sup> Tradução livre: “Mesmo as séries de fantasia da HBO evitam o escapismo, que geralmente define o gênero, para focar em questões do mundo real. *True Blood* e *Thrones* enfatizam a política e o pessoal em detrimento do mítico e dos meros elementos de uma batalha violenta e cruel, o depravado e o irremediavelmente perdido. Eles se tornam parte de uma crítica maior à natureza humana. Seres míticos e poderes mágicos servem para amplificar essa crítica, em que, numa típica fantasia, eles oferecem uma alternativa escapista para a maneira que vivemos agora.”

coisa pelos filhos. Com o passar da narrativa, Cersei se mostra muito mais complexa do que é pensado inicialmente, e descobre-se que sua sede de poder é inesgotável.

Jamie é chamado de Regicida, pois matou o rei que jurou proteger. Durante as temporadas, passa por situações que mostram o quanto ele é perturbado por essa ação. Após ser capturado por Robb Stark, vê-se em um processo de redenção que vai contra os seus preceitos iniciais.

GOT, por meio de seus complexos personagens, articula os aspectos da miséria humana, mostrando que as pessoas, quando levadas a situações extremas, tendem a se tornarem imprevisíveis. É possível enxergar isso em diversos momentos, desde quando Jamie Lannister perde a mão direita, e com isso começa o processo de redenção, até o ato final de Catelyn Stark para tentar salvar o filho mais velho da morte no casamento vermelho.

Figura 4 – Tyrion, Jamie e Cersei Lannister



Fonte: GameofthronesBr, 2014.

Assim como a complexidade dos personagens apresentada pela história e o fato de os roteiristas sempre os colocarem em situações extremas, *Game of*

*Thrones*, lembrando outras obras consideradas como *Quality TV*, apresenta, diversas vezes, finais inesperados.

Em *Six Feet Under* (2001-2005), também da HBO, a frase que permeava a série era “Everything. Everyone. Everywhere. Ends”<sup>32</sup>. Criada por Alan Ball, roteirista vencedor do Oscar por *Beleza Americana*, a narrativa mostra um drama convencional de família, lidando com assuntos como infidelidade, homossexualidade e religião. Ao mesmo tempo, distingue-se por abordar o tópico da morte de uma maneira diferente. A família em questão é dona de uma funerária, e todo episódio se inicia com a morte de um cliente. Cada acontecimento dessa natureza faz com que os personagens reflitam sobre as suas vidas e infortúnios. GOT, seguindo os passos da série mencionada acima, traz a noção de “*Valar Morghulis*” ou “todos os homens devem morrer”.

A HBO, desde o início, ficou conhecida por disponibilizar conteúdo que outras emissoras não fariam, sempre trabalhou questões consideradas tabus dentro de suas séries. Violência, sexo e homossexualismo estão constantemente presentes na narrativa. O diferencial de maneira geral, é que, como afirma David Benioff, essas questões fazem parte da natureza humana. De acordo com o produtor, eles representam o que muitas vezes acontece no mundo real<sup>33</sup>. Não são temas abordados separadamente, eles se inserem na história de uma forma orgânica.

Como *Thrones* é uma adaptação dos livros “*As Crônicas de Gelo e Fogo*”, a série naturalmente possui algumas características que advêm de obras literárias e que são consideradas essenciais em programas tidos como *Quality TV*, as principais são: “Its length, and complexity, its combination of epic and intimate scale, its focus upon character development.”<sup>34</sup> (DEFINO, 2014, cap.4, p. 34).

DeFino (2014) acredita que a densidade das narrativas da HBO se dá, em parte, pela estruturação dos episódios. Geralmente, episódios têm 44 minutos de duração cada um, com quatro intervalos separados para os anunciantes. Os roteiristas, dessa forma, têm a tarefa de, em cada bloco, apresentar um clímax e uma resolução para que os espectadores continuem com a atenção destinada ao

---

<sup>32</sup> Tradução livre: “Tudo. Todos. Todo lugar. Acaba.”

<sup>33</sup> Entrevista concedida pelo produtor para a Oxford Union. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TfvVluNxujc>>. Acesso em: 3 jun 2015.

<sup>34</sup> Tradução livre: “Sua duração e complexidade, sua combinação de uma escala épica e intimista e o seu foco no desenvolvimento do caráter dos personagens.”

programa. Já os da HBO “allows for a full unbroken hour to weave narrative threads together into a cohesive whole”<sup>35</sup> (DEFINO, 2014, cap. 4, p. 44).

Game of Thrones não possui intervalos, pois o faturamento do canal resulta de assinaturas mensais, e não de patrocínio de anunciantes. Assim, a história consegue transmitir uma maior coesão entre todas as narrativas que acontecem simultaneamente, não perdendo a atenção do telespectador no meio do caminho.

Outra característica presente nas produções da HBO é a quantidade de episódios por temporada, de dez a treze. Diminuindo o número, a produção pode ser mais demorada. DeFino (2014) acredita que isso traga duas grandes vantagens para as obras. A primeira é a possibilidade de os produtores focarem mais nos valores de cada narrativa, esse é o motivo da série analisada possuir uma atmosfera única e muitas vezes comparada a obras cinematográficas. Com esse tempo extra, os produtores e diretores de fotografia conseguem analisar como cada cena deverá ser filmada e desenvolver um estilo de ambientação próprio. (DEFINO, 2014, cap. 4, p. 45.)

Por não apresentar um marco temporal específico, e sim inúmeras características da época medieval e também de sociedades orientais, tornou-se necessário um tempo mais longo de produção e pós-produção para GOT. Como ficou demonstrado em *A Day in The Life*<sup>36</sup>, a série trabalha com três equipes completas, para dar conta dos 151 sets de filmagem, 166 atores, mil pessoas responsáveis pelas filmagens e mais de cinco mil figurantes.<sup>37</sup> Gemma Jackson, designer de produção, é a responsável por encontrar os lugares e cenários que darão vida às construções imaginadas por Martin em seu universo fantástico. A série possui locações em mais de quatro países diferentes, alguns deles são: Irlanda do Norte, Espanha, Croácia, Malta e Islândia.

Uma característica que difere Thrones das outras produções da HBO é a de ser uma obra de fantasia que demanda efeitos especiais bem feitos para manterem a qualidade da produção. A Batalha de Blackwater da segunda temporada, no episódio 9: “Água Negra”, é um bom exemplo para analisarmos a quantidade de

---

<sup>35</sup> Tradução livre: “Permite uma hora ininterrupta para que sejam tecidos os fios narrativos de uma forma coesa.”

<sup>36</sup> Vídeo curto com algumas informações sobre o *making of* da quinta temporada.

<sup>37</sup> Dados disponíveis no vídeo ““Game of Thrones Season 5: A Day in the Life” (HBO): <<https://www.youtube.com/watch?v=p9Mi17nLfY>>.



efeitos utilizados. Segundo Neil Marshall, diretor responsável pela cena, um acontecimento dessa magnitude nunca antes tinha sido feito para a televisão<sup>38</sup>. Marshall entrega ao público uma batalha de milhares de pessoas filmada apenas com algumas centenas. O diretor faz uso de lentes longas para compactar as imagens e aglomerar todos que estivessem em frente à câmera<sup>39</sup>. O grande desafio talvez tenha sido mostrá-la acontecendo em vários níveis, como ocorre nos livros, passando pelos pensamentos e decisões de Tyrion Lannister até a derrota de Stannis Baratheon.

Figura 5 – A batalha de Blackwater



Fonte: GameofThronesBr, 2014.

A segunda vantagem levantada por DeFino (2014) é que, com um número menor de episódios por temporada, os produtores/roteiristas precisam se concentrar de uma forma mais assídua no ato de contar a história. Cada ponto de cada capítulo é de extrema importância. Com temporadas mais curtas, os espectadores conseguem absorver todos os acontecimentos.

Outro ponto de sucesso e de pertencimento ao gênero de *Quality TV* que pode ser levantado na série analisada é a qualidade do roteiro escrito por David Benioff e D.B. Weiss. Eles são os responsáveis por manter uma estrutura narrativa

---

<sup>38</sup> Entrevista concedida para o livro “Por dentro da Série da HBO Game of Thrones “. São Paulo: Ed. Leya, 2013.

<sup>39</sup> Ibidem.

com conteúdo e coerência na adaptação de obras que, juntas, possuem mais de cinco mil páginas. No pequeno *making of* da quinta temporada “A Day in the Life”, a importância que os dois exercem dentro da produção e de todos os detalhes da série fica clara, exatamente como Jonanthan Bignell (2006, cap. 12, p. 4) argumenta no livro “Quality TV: Contemporary American Television and Beyond”: “I argue that the writer is crucial to any discussion of production quality because the script is the one irreducible currency of value (both commercial and aesthetic) in film and television production.”<sup>40</sup>

Todas as características levantadas acima confirmam e ajudam a entender GOT como *Quality TV*, desde a escolha dos produtores em ter a HBO como emissora até a história ser uma adaptação literária, passando pelas características de narrativa e produção, o que pode vir a explicar um pouco do sucesso alcançado pela história.

## 5.2 Cultura de série e Game of Thrones

A proposta desta parte da análise é identificar Game of Thrones como um programa que se insere nas três categorias levantadas por Jenkins (2009) para explicar a cultura da convergência: inteligência coletiva, convergência dos meios e a cultura participativa. Assim, será possível compreender a história analisada sob o ponto de vista das características de uma produção do gênero *Quality TV* e de Cultura de Série.

Hoje, com o advento da internet e com os avanços tecnológicos, fãs conseguem sair das margens invisíveis da cultura popular e se deslocam para o centro das reflexões diárias sobre produção e consumo de mídia (JENKINS, 2009, p.

---

<sup>40</sup> Tradução livre: “Eu defendo que o roteirista é essencial para qualquer discussão sobre a qualidade de produção, pois o roteiro é a moeda irredutível de valor (tanto estético quanto comercial) nas produções fílmicas e televisivas”

40). Essa transformação se dá principalmente pela criação de comunidades na internet direcionadas para programas específicos. Nelas, os espectadores têm espaço para expandir os anseios individuais e discutir teorias e opiniões sobre suas séries, seus jogos e seus filmes favoritos. Geralmente, dentro dessas comunidades, dois dos conceitos levantados por Jenkins (2009) podem ser observados: cultura participativa e inteligência coletiva.

Game of Thrones possui uma página brasileira gerida exclusivamente por sete fãs espalhados por todo o Brasil. Mesmo existindo *sites* específicos pelo mundo e um oficial da HBO americano, o GameofThronesbr será usado nesta análise por ser brasileiro. No *site*, podem ser encontradas teorias sobre a história, novidades sobre as produções, a emissora e os atores levantadas pelos gestores, além de resenhas sobre cada episódio de cada temporada e *fanfictions* inspiradas na história original.

Em cada postagem, os gestores abrem espaço para os comentários dos fãs que os acompanham, um único *post* consegue ter uma média de quinhentos comentários. Neles, as pessoas interagem entre si, tornando públicas as possíveis dúvidas e opiniões sobre o que é divulgado a cada semana. Como Jenkins (2009) afirma, dentro dessas comunidades “algumas coisas tornam-se crenças gerais que todos aceitam e outros assuntos o grupo alegremente concorda em discordar” (JENKINS, 2009, p. 78).

Por ser um universo gigantesco e ainda não ter um final definido, GOT possui inúmeras teorias que são dissecadas e apreciadas pelo fãs. Uma delas é a de que a irmã de Eddard Stark seria a mãe do seu então filho bastardo John Snow, que, ao invés de ser o resultado da traição do pai, na verdade, foi protegido por Ned, pois era fruto de uma relação que poderia trazer uma guerra destrutiva aos sete reinos. O *post* que discute essa teoria no *site* tem 302 comentários, e, a cada nova pista que o autor ou os produtores dão sobre a veracidade da teoria, novas discussões são iniciadas.

Esse é um exemplo de como a cultura participativa está presente dentro da série. Como já foi dito, outro fator que se apresenta nesse mesmo exemplo é a inteligência coletiva, em que inúmeros fãs discutem e demonstram evidências para comprovar a veracidade de suas teorias. Como Jenkins (2009) esclarece, cada pessoa agrega o que sabe para aumentar o conhecimento da comunidade.

Outro aspecto que deve ser analisado sob a ótica desse conceito é o vazamento dos quatro primeiros episódios, antes da estreia da quinta temporada. Eles foram *hackeados* por meio da exibição que tinha sido feita para a imprensa. O grupo disponibilizou os episódios via Torrent, e o número de *downloads* chegou a ser de mais de um milhão por dia<sup>41</sup>.

O último conceito levantado por Jenkins (2009) é a convergência dos meios, em que ocorre um fluxo de conteúdo através das múltiplas plataformas de mídia. Essa convergência dá espaço para a criação das chamadas narrativas transmidiáticas, as quais integram múltiplos textos para criar uma história tão ampla que não pode ser contida em uma única mídia, cada texto contribui para o todo (JENKINS, 2009, p. 137-139).

Thrones é um exemplo de narrativa transmídia, o universo criado por Martin está em constante expansão e não será esgotado com apenas duas mídias. “As Crônicas de Gelo e Fogo”, livros que originaram a série, oferecem aos leitores-espectadores muitas informações que, por vezes, são excluídas no processo de roteirização, pois cada meio tem suas peculiaridades. Além dos cinco já escritos, estão programados mais dois; em 2014, ainda foi lançado o livro “O mundo de gelo e fogo”, que funciona com uma enciclopédia sobre a história dos sete reinos criados pelo autor e mostra acontecimentos passados aos que ocorrem na série.

A série em si também traz um infinidade de novos conteúdos. Um exemplo são os vídeos produzidos exclusivamente para os *boxes* de *DVDs* que exploram pontos não abordados nem nos livros e nem no seriado.

Com o intuito de imergirem ainda mais os espectadores na narrativa, a HBO lançou a *Game of Thrones: The Exhibition*, uma exposição gratuita dos artefatos e figurinos utilizados na gravação da série que percorreu diversos países, inclusive o Brasil. A edição de 2014 permitiu que os fãs simulassem em 3D uma subida no elevador da muralha, experiência que é narrada nos livros e mostrada durante os episódios.<sup>42</sup>

Outro fator que sempre está presente nas narrativas transmídias são os jogos, desde Star Wars essa mídia ajuda a incrementar as histórias e a levar

---

<sup>41</sup> Comentários da HBO sobre o surto de pirataria. Disponível em: <<http://www.gameofthronesbr.com/2015/04/hbo-comenta-surto-de-pirataria-apos-vazamento-dos-episodios-de-game-of-thrones.html>>. Acesso em: 3 jun 2015.

<sup>42</sup> Informações sobre a exposição. Disponível em: <<http://www.gameofthronesbr.com/2013/04/visita-game-of-thrones-exhibition-e.html>>. Acesso em: 3 jun 2015.

interatividade para os espectadores. Game of Thrones, hoje, possui um jogo produzido pela renomada Telltale Games, em parceria com a HBO, sobre o universo criado por Martin: Game of Thrones a Telltale Game series.

Os jogos criados pela Telltale possuem uma temática diferente dos demais, pois neles os jogadores respondem perguntas conforme uma história vai sendo criada; no de Thrones, por sua vez, novos personagens são inseridos e famílias que não estão presentes na série e nos livros são apresentadas. A paleta de cores, mais fria quando se está no norte, e quente na capital e nas demais localidades, e os cenários lembram claramente os da versão para a televisão. Os criadores do jogo assumem que os jogadores já estão familiarizados com a história<sup>43</sup>. A narrativa transmídia dá subsídios para que os fãs se juntem e, dessa forma, ponham em prática os conceitos de inteligência coletiva e da cultura participativa.

Com o conteúdo abordado acima, juntamente com a teoria levantada no capítulo três, pode-se afirmar que GOT gera uma Cultura de Série por meio da inteligência coletiva, presente nos fóruns e *sites* de discussão, da cultura participativa e do fato de ser uma narrativa transmidiática.

---

<sup>43</sup> Informações disponíveis em: <<http://www.gameofthronesbr.com/2014/12/review-game-of-thrones-a-telltale-game-series-episode-1-iron-from-ice.html>>. Acesso em: 3 jun 2015.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho era inserir e identificar as características que permitem que a obra audiovisual *Game of Thrones* seja considerada pertencente ao gênero de *Quality TV*, além de demonstrar como ela pode ser associada a uma Cultura de Série .

Analisando os conceitos de forma aprofundada, ficou claro que os fatos de *Thrones* ser uma produção feita pela HBO e de ser uma série adaptada de uma obra literária já permitem que ela tenha pontos essenciais para ser considerada como *Quality TV*. Um dos principais é a complexidade de sua narrativa e de seus personagens. Assim, como em várias outras obras criadas pelo canal, os personagens representam seres humanos reais, os quais reagem a problemas que atingem a sociedade a todo momento.

Outro fator que não deve ser esquecido é o investimento feito pela HBO, com um custo médio de setenta milhões de dólares por temporada<sup>44</sup>, em suas séries originais, o que permite uma qualidade visual, sonora e de fotografia muitas vezes comparável às das produções cinematográficas.

Em relação à Cultura de Série, a partir das questões da cultura de convergência, ficou claro que a série analisada corresponde aos três pontos levantados por Jenkins (2009): inteligência coletiva, cultura participativa e convergência dos meios. O universo criado por Martin dá espaço para que a história seja uma narrativa transmidiática. Esse modelo tende a possuir uma maior participação por parte dos espectadores.

GOT hoje conta com inúmeros *sites* e *blogs*, tanto criados pelos fãs quanto os oficiais, que são alimentados com conteúdos disponibilizados pela própria HBO. Analisando o *GameofThronesBR*, foi possível identificar uma forte cultura participativa em torno da história, teorias e episódios são discutidos pelos espectadores e gerenciadores da página *on-line*.

---

<sup>44</sup> Matéria da revista Isto É Dinheiro sobre os números da série. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20150409/game-thrones-numeros-milionarios-aclamada-serie-hbo/249562.shtml>>. Acesso em: 3 jun 2015.

Thrones corresponde aos conceitos estudados, os quais talvez sejam importantes pontos a serem considerados quando forem levantados dados e explicações para o sucesso alcançado pela produção.

A análise de uma série que tem em média dezoito milhões de espectadores por episódio, levando em consideração conceitos extremamente recentes, como o *Quality TV* e a cultura da convergência, pode ser relevante para os estudos de uma televisão de qualidade e das dinâmicas que o entretenimento vem apresentando hoje em dia. Por meio de GOT, é possível provar o quanto a Cultura da Convergência já está presente nas relações dos consumidores e qual é o valor de uma narrativa transmidiática para a indústria do entretenimento.

Lannister, Targaryen, Baratheon, Stark, Tyrell. They're all just spokes on a wheel. This one's on top, then that one's on top and on and on it spin, crushing those on the ground. I'm not going to stop the wheel. I'm going to break the wheel. (DAENERYS TARGARYEN, episódio 8, quinta temporada).<sup>45</sup>

A ambição de Daenerys Targaryen consiste em quebrar o ciclo vicioso em Westeros, onde as nove famílias brigam pelo poder. Game of Thrones dá continuidade às transformações iniciadas nos 1980 por *Hill Street Blues*, seguida por The Sopranos, responsáveis por transformar a noção de TV de qualidade e abrir espaço para essa nova forma de se contar histórias com a participação cada vez mais dos espectadores.

---

<sup>45</sup> Tradução livre: "Lannister, Targaryen, Baratheon, Stark, Tyrell. São apenas raios de uma roda. Ora um está por cima, ora outro, mas enquanto rodar, o que há embaixo é esmagado. Eu não vou parar a roda. Eu vou quebrá-la."

## REFERÊNCIAS

- ALBERO, Guilherme. Qual a casa mais forte de Westeros?. *Cinescópio TV*. 20 jun 2014. Disponível em: < <http://cinescopiotv.com/2014/06/20/qual-casa-mais-forte-de-westeros/> > . Acesso em: 3 jun 2015.
- ALVARO, Cicero. A narrativa transmídia em “Twin Peaks” de David Lynch. O *Chaplin*. 10 set 2014. Disponível em: < <http://www.ochaplin.com/2014/09/a-narrativa-transmidia-em-twin-peaks-de-david-lynch.html> > . Acesso em: 22 maio 2015.
- ANATEL. TV por assinatura em números. *Agência Nacional de Telecomunicações*. Maio 2015. Disponível em: <[http://sistemas.anatel.gov.br/satva/hotsites/conheca\\_brasil\\_satva/default.asp](http://sistemas.anatel.gov.br/satva/hotsites/conheca_brasil_satva/default.asp)> . Acesso em: 2 jun 2015.
- BAPTISTA, Emanuelle. Case Heroes – Comunicação Transmídia. 03 jun 2012. Disponível em: < <https://storify.com/manubaptista/case-heroes-comunicac-o-transmidia-1> > . Acesso em: 22 maio 2015.
- BACELLAR, Rafael. [Review] Game of Thrones – A Telltale game series, Episode 1: Iron from ice. *GameofThronesBr*. 18 dez 2014. Disponível em: <<http://www.gameofthronesbr.com/2014/12/review-game-of-thrones-a-telltale-game-series-episode-1-iron-from-ice.html>> . Acesso em: 3 jun 2015.
- BENIOFF, David; WEISS, D.B.. Prólogo: Sete perguntas para David Benioff e D. B. Weiss. In COGMAN, Bryan. *Por dentro da série da HBO Game of Thrones*. São Paulo: Leya, 2013.
- BENIOFF, David. Game of Thrones at the Oxford Union. Entrevista concedida na Oxford University. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TfvVluNxujc>>. Acesso em: 3 jun 2015.
- BAUER, Martin; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CAPANEMA, Rafael. Pirataria de filmes é termômetro para formar catálogo, diz executivo-chefe do Netflix. *Folha Online*. 30 jan 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/01/1220698-pirataria-de-filmes-e-termometro-para-formar-catalogo-diz-executivo-chefe-do-netflix.shtml>>. Acesso em: 03 jun 2015.
- COGMAN, Bryan. *Por dentro da série da HBO Game of Thrones*. São Paulo: LeYa, 2013.
- COUTO, Paloma Rodrigues Destro. *Um jogo de rainhas: as mulheres de Game of Thrones*. 2015. 120f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.



CS, Lidianny. HBO comenta surto de pirataria após vazamento dos episódios de Game of Thrones. GameofThronesBr. 15 abr 2015. Disponível em: <<http://www.gameofthronesbr.com/2015/04/hbo-comenta-surto-de-pirataria-apos-vazamento-dos-episodios-de-game-of-thrones.html>>. Acesso em: 3 jun 2015.

DEFINO, Dean J. *The HBO effect*. New York: Bloomsbury Academic, 2014.

EDGERTON, Gary R; JONES, Jeffrey P. *Essential HBO reader*. Kentucky: The University Press of Kentucky, 2013.

FOLHA ONLINE. *Internet já tem 3 bilhões de usuários no mundo, diz ONU*. 25 nov 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/11/1553088-internet-ja-tem-quase-3-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-diz-onu.shtml>>. Acesso em: 03 jun 2015.

G1 SP. *Game of Thrones supera Família Soprano e bate recorde de emissora*. 06 jun 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/06/game-thrones-supera-familia-soprano-e-bate-recorde-de-emissora.html>> . Acesso em: 03 jun 2015.

GAME of Thrones – Primeira Temporada Completa (2012). Direção: David Benioff e D.B. Weiss. EUA: Warner Home Video. 5 DVDs.

GAME of Thrones – Segunda Temporada Completa (2013). Direção: David Benioff e D.B.Weiss. EUA: Warner Home Video. 5 DVDs.

GAME of Thrones – Terceira Temporada Completa (2014). Direção: David Benioff e D.B.Weiss. EUA: Warner Home Video. 5 DVDs.

GAME of Thrones – Quarta Temporada Completa (2015). Direção: David Benioff e D.B.Weiss. EUA: Warner Home Video. 5 DVDs.

HBO. Game of Thrones season 05: A day in the Life. Making Of. 08 fev 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=p9Mi17nLfY>>. Acesso em: 3 jun 2015.

HBO to Netflix: Bring it on. *Fast Company*, 7 abr, 2015. Disponível em: <<https://drive.google.com/file/d/0B7jeR647xS78Nkh3bFJ6UkNBSWN4R25McUxLZH B1VINpNG93/view>>. Acesso em: Abr, 2015.

IRDETO. *Illegal downloads of Game of Thrones*. 09 abr 2015. Disponível em: <<http://irdeto.com/news-and-events/illegal-downloads-of-game-of-thrones-episodes-increase-more-than-45-percent-year-over-year-in-the-final-weeks-before-season-5-premiere.html>> . Acesso em: 03 jun 2015.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JOHNSON, Randal. Literatura e cinema, diálogo e recriação: o caso de Vidas Secas. In: PELLEGRINI, Tânia et al *Literatura, cinema e televisão*. São Paulo: Senac São Paulo; Instituto Itaú Cultural, 2003.

KNOX, Simone. Muito boa qualidade, de fato: Shooting the Past e o caso das séries dramáticas de qualidade da televisão britânica na era da televisão de qualidade americana. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor. *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte, 2008.

LAPORTE, Nicole. Inside HBO's grand storytelling experiment. Fast Company. 9 abr 2015. Disponível em: < [http://m.fastcompany.com/3044564/most-innovative-companies/inside-hbos-grand-storytelling-experiment?utm\\_content=buffer0e133&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook&utm\\_campaign=buffer](http://m.fastcompany.com/3044564/most-innovative-companies/inside-hbos-grand-storytelling-experiment?utm_content=buffer0e133&utm_medium=social&utm_source=facebook&utm_campaign=buffer)>. Acesso em: 3 jun 2015.

LAPORTE, Nicole. HBO to Netflix: Bring it on. Fast Company. 07 abr 2015. Disponível em: < <http://www.fastcompany.com/3044284/bring-it-on>>. Acesso em: 3 jun 2015.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: SENAC, 2000.

MARCEL, Diego. Game of Thrones: os números milionários da aclamada série da HBO. *Isto É Dinheiro*. 04 abr 2015. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20150409/game-thrones-numeros-milionarios-aclamada-serie-hbo/249562.shtml>>. Acesso em: 3 jun 2015.

MARTIN, George R. R.. Prefácio: Das páginas para a tela. In: COGMAN, Bryan. *Por dentro da série da HBO Game of Thrones*. São Paulo: Leya, 2013.

MAZDON, Lucy. Preface. In: HAMMOND, Michael; MAZDON, Lucy. *The contemporary television series*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005.

MCCABE, Janet; AKASS, Kim. *Contemporary american television and beyond*. London: I.B Tauris, 2006.

MUNDO DAS MARCAS. *Netflix*. 23 nov 2014. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2007/05/netflix-best-way-to-rent-movies.html>>. Acesso em: 3 jun 2015.

NCTA. Industry data. *National Cable & Telecommunications*. 2013. Disponível em: <<https://www.ncta.com/industry-data>>. Acesso em: 2 jun 2015.

STARLING, Cássio. *Em tempo real: Lost, 24 Horas, Sex and the City e o impacto das novas séries de TV*. São Paulo: Alameda, 2006.

STEEL, Emily. Game of Thrones season 5 premiere draws 8 million viewers. *The New York Times*. 14 abr 2015. Disponível em: <[http://www.nytimes.com/2015/04/15/business/game-of-thrones-season-premiere-draws-8-million-viewers.html?smid=fb-nytimes&smtyp=cur&bicmp=AD&bicmlukp=WT.mc\\_id&bicmst=1409232722000&bicmet=1419773522000&\\_r=2](http://www.nytimes.com/2015/04/15/business/game-of-thrones-season-premiere-draws-8-million-viewers.html?smid=fb-nytimes&smtyp=cur&bicmp=AD&bicmlukp=WT.mc_id&bicmst=1409232722000&bicmet=1419773522000&_r=2)> . Acesso em: 3 jun 2015.

TAN, Shelly; CUADRA, Alberto. Valar Morghulis. *Washington Post*. 06 abr 2015. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/graphics/entertainment/game-of-thrones/>> . Acesso em: 03 jun 2015.

TAYLOR, C. A.. *Inside HBO's Game of Thrones seasons 3 & 4*. San Francisco: Chronicle Books, 2014.

TRUFFAUT, François; SCOTT, Helen. *Hitchcock/Truffaut: Entrevistas*. São Paulo. Companhia das Letras, 2004.

VAN DER SAR, Ernesto. Leaked Game of Thrones episodes trigger piracy craze. *Torrent Freak*. 12 abr 2015. Disponível em: <<https://torrentfreak.com/leaked-game-of-thrones-episodes-trigger-piracy-craze-150412/>> . Acesso em: 03 jun 2015.

WEISS, D. B.. Jamie Lannister. In COGMAN, Bryan. *Por dentro da série da HBO Game of Thrones*. São Paulo: Leya, 2013.